

**MEDIA BARU DAN TRANSAKSI SEKSUAL:
Studi Eksplorasi Pekerja Seks Komersil Terhadap
Penggunaan Media Baru Di Kota Makassar**
*New Media And Sexual Transaction;
Study Exploration Of Commercial Sex Workers Against
The Use Of New Media In Makassar*

**Muhammad Massyat,¹Hafied Cangara,²
Andi Alimuddin Unde,²**

¹Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Al AsyariahMandar, Polman,

²Program Studi IlmuKomunikasi, Pascasarjana UniversitasHasanuddin, Makassar

Abstrak

Perkembangan teknologi komunikasi telah menciptakan ruang realitas baru yang disebut Cyberspace. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana fenomena new media yang digunakan sebagai alat transaksi seksual. (1) Apa yang membuat facebook menjadi pilihan alat transaksi seksual oleh para pekerja seks komersil di Kota Makassar, (2) Bagaimana bentuk transaksi seksual yang dilakukan melalui facebook. Penelitian ini menggunakan tipe analisis deskripsi kualitatif empirik yang menganalisis data secara interpretasi kualitatif dari perolehan fakta dilapangan. Hasil menunjukkan bahwa facebook telah memicu tergiringnya budaya masyarakat menuju sebuah kondisi transparansi yang ekstrim. Kesan narsistik yang tampil dalam bentuk visual telah menggiring para pengguna new media untuk melanggengkan diri sebagai pajangan(*self display*), dengan kata lain, para facebookers yang memiliki motif menawarkan diri mereka telah memetaforakan diri sebagai kulit social dalam sebuah budaya ketampakan(*our social in the cultural display*) yang penuh dengan instrumentalistik. Disimpulkan bahwa facebook telah menjadi pihak ketiga, mendatangkan rasa aman dalam proses transaksi, dan menyembunyikan identitas asli para pekerja seks komersial.

Kata Kunci: *pekerja seksual, transaksi, media baru*

Abstract

Development of communication technology is so rapid, that is called cyberspace. The aims of the study are to observe the phenomenon of how the new media used as a medium of sexual transactions: (1) what makes facebook a preferred tool of sexual transaction by commercial sex workers in the city of Makassar, (2) What type of sexual transactions are conducted on facebook. The study is a qualitative description of empirical data with qualitative interpretation of facts obtained from field observation. The results of the study indicated that the facebook had triggered a drag of community culture towards an extremely transparant condition. Narcissistic impression shown in visual form (Self display) had dragged the new media users to perpetuate themselves as customers. On the order terms, the facebookers whose motive to offer themselves had metaphored themselves as a social outer layer in a cultural display which is full of new media instruments. Concluded that facebook has become a third party, bring a sense of protection self in the transaction process, and identity of the commercial sex workers.

Keyword: *sexual workers, transaction, new media,*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi yang sedemikian pesat, telah menciptakan ruang realitas baru yang bersifat artifisial dan maya, yang disebut Cyberspace. Sebuah ruangan hasil konstruksi teknologi *new media* yang telah mengalihkan semua aktifitas sosial kedalam bentuk substitusi artifisialnya (Hardt, dkk, 2003). Disinilah *new media* di definisikan sebagai agen yang telah menciptakan apa yang disebut sebagai realitas virtual. Yaitu cara manusia memvisualisasikan, memanipulasi, dan berinteraksi dengan komputer dan data yang sangat kompleks dengan kecepatan tinggi, dalam sebuah ruang baru (cyberspace), sebuah ruang sosial yang dibentuk oleh data (Aukstakalnis, dkk, 1992).

Dalam buku *The Second Media Age*, Mark Poster menjelaskan datangnya priode baru yang ditandai dengan kemampuan teknologi interaktif dan komunikasi dunia maya yang akan merubah bentuk masyarakat. Perubahan bentuk dan penggunaan media baru (*new media*) yang berkisar pada informasi individu dan kepemilikan pengetahuan hingga bentuk interaksi (Poster dalam Little John, 2009). *New media* sebagai arus besar dalam evolusi media meletakkan audiens sebagai “partisipan” aktif terhadap kepemilikan informasi dan control terhadap pengalaman didalam ruang dan waktu yang bersifat artifisial (Hassan, dkk, 2006). Sebuah ruangan hasil konstruksi teknologi *new media* yang telah mengalihkan semua aktifitas sosial kedalam bentuk substitusi artifisialnya (Hardt, dkk, 2003).

Cyberspace menghadirkan berbagai pengalaman baru yang tidak terbayangkan sebelumnya di dunia nyata. Para pengguna *new media* secara kognitif akan semakin menganggap nyata apa yang mereka kerjakan di dunia virtual tersebut (Aukstakalnis, dkk 1992). Perasaan (*sense*) dalam cyberspace akan meningkat dan bahkan menjelma menjadi realitas yang sebenarnya (*real*). Timothy Leary

dalam disertasinya *Chaos and Cyberculture* mengungkapkan visi *new media* yang akan menggiring “partisipan” untuk menemukan diri mereka dalam perasaan (*sense*) yang semakin nyata, dengan tingkatan sebagai berikut:

Pertama, perasaan meruang (*sense of space*). Setiap “partisipan dalam *new media* akan merasakan diri mereka hadir dalam sebuah tempat yang tidak lagi diatur oleh hukum-hukum fisika Newtonian melainkan bits dan bytes data komputer.

Kedua, perasaan nyata (*sense of the real*). Cyberspace sebenarnya adalah sebuah dunia artifisial yang tidak aktual dalam efek dan esensi, akan tetapi dia aktual dalam fakta. Meskipun bersifat artifisial, setiap “partisipan” dalam *new media* dapat menciptakan efek nyata pada setiap unturnya, sama persis dengan kehidupan sehari—hari di dunia nyata.

Ketiga, perasaan mandiri (*sense of the self*). Di dalam *new media*, setiap “partisipan” memainkan peran dirinya masing-masing sesuai dengan motif mereka. Setiap pribadi bebas menggandakan diri (*multiple self*) tanpa ada batasan. Seorang pribadi yang tidak memiliki konsep diri yang tetap, tetapi berubah-ubah, berganti, dan berpindah dalam jumlah yang tidak menentu.

Keempat, perasaan mengkomunitas (*sense of the community*). Media lama yang menjadi tertuduh penyebab desosialisasi masyarakat moderen, dimentahkan dengan kehadiran *new media* yang justru menjadi ajang tempat bersosialisasi dan berinteraksi. Jutaan manusia terhubung satu sama lain di dalam komunitas virtual (*virtual community*). Setiap “partisipan” dapat bergabung dengan setiap kelompok (*group*) yang mereka inginkan, dan membawa pikiran mereka dalam sebuah imajinasi yang bebas dalam sebuah fantasi kolektif (*collective fantasy*) tanpa bisa dihalang-halangi oleh identitas kesukuan, negara, dan agama.

Kelima, perasaan menavigasi atau

berkuasa (*sense of the power*). Salah satu visi utama new media menurut Timothy Leary adalah membebaskan manusia dari segala macam bentuk kungkungan kekuasaan dan otoritas (*authority*). New media memberikan kita kesempatan untuk berekspresi sebebas-bebasnya, tanpa dibatasi oleh otoritas kekuasaan apapun, termasuk negara, agama, dan bahkan Tuhan. Dan pada akhirnya, “partisipasi” new media menurut Timothy Leary, akan menciptakan pribadi-pribadi yang ia sebut “*Cybernetic Person*” (Leary, 1994).

Lyotard menjelaskan bahwa *New media* telah memfasilitasi kebebasan interaksi seksual dalam bentuk yang sangat halus, menyediakan ruang produksi hasrat dan pelepasan hasrat seksual dari batasan-batasan norma apa pun, sehingga menghadirkan seksualitas dimana-mana. Media ini menjadi ruang seksualitas sekaligus menjadi mesin libido yang paling besar dalam sejarah dunia (Lyotard, 1993). Penelitian ini ingin menemukan motifasi para pekerja seks komersial mengapa menggunakan Facebook untuk melakukan transaksi seksual, dan menggambarkan bentuk transaksi seksual yang dilakukan dalam Facebook.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Makassar, dengan alasan, tingginya tingkat perilaku seks menurut berbagai hasil-hasil penelitian sebelumnya. Dan juga pertimbangan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat dan Facebook sebagai sudah menjadi bagian dari budaya hidup remaja di Kota Makassar. Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan selama dua bulan dari bulan Agustus – Oktober 2011.

Mengenai pemilihan informan pada penelitian ini adalah informan yang dipilih secara purposif. Penetapan informan ini berdasar pada tujuan penelitian dengan kriteria bahwa Informan adalah PSK yang menjadikan Facebook sebagai media transaksi seks, dengan minimal tiga orang informan.

Dengan cara ini diharapkan dapat memperoleh informan yang menguasai dan memiliki pengetahuan luas mengenai New Media (dalam hal ini facebook) yang digunakan untuk melakukan transaksi seks. Kriteria informan ditentukan dengan penilaian bahwa, orang itu dapat bercerita secara mudah, paham terhadap informasi yang dibutuhkan, dan dapat memberikan informasi kepada peneliti.

Adapun Teknik yang digunakan dalam menemukan informan yakni dengan cara snowball, dengan cara ini diharapkan peneliti dapat memperoleh partisipan yang menjadi pelaku transaksi seks atau informan yang kompeten memberikan data yang diperlukan

Penelitian ini menggunakan tipe analisis deskripsi kualitatif empirik yang menganalisis data-data secara interpretasi kualitatif dari perolehan fakta penelitian lapangan dan menghasilkan data berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Deskriptif empirik dimaksud supaya yang dilakukan dengan sengaja dalam rangka mencatat, melukiskan, menguraikan, melaporkan, dan mempelajari tentang bagaimana Facebook dijadikan sebagai tempat transaksi seks berlangsung.

Data yang diperoleh melalui observasi partisipatif, fieldnote, dan wawancara mendalam. Selain itu penelitian ini juga akan dilakukan dalam akun Facebook pada grup Facebook yang menjadi tempat transaksi berlangsung. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan-pendekatan dalam studi-studi media baru (New Media): Pertama, Media contents Textual analysis of fictional media content. Kedua, Media audiences Communication and context: ethnographic perspectives on the media audience.

Analisis data yang telah diperoleh di lapangan, dilakukan secara interpretasi kualitatif dari dialog-dialog interaktif wawancara mendalam, serta observasi langsung pada akun grup Facebook dengan menggunakan pendekatan

dari teori-teori komunikasi serta teori-teori New Media, dalam menganalisis setiap informasi yang ditemukan dari berbagai literatur dan para informan yang dianggap memiliki kompetensi pengetahuan secara teoritik maupun empirik tentang bentuk dan proses transaksi seks melalui Facebook.

Proses analisis data dilakukan dalam beberapa tahap yakni; Tahap pertama analisis dilakukan adalah proses reduksi data yang berfokus pada pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar dari catatan lapangan. Abstraksi disini adalah usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pertanyaan-pertanyaan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam satuan-satuan. Proses reduksi dilakukan secara bertahap selama dan sesudah pengumpulan data sampai laporan tersusun. Reduksi data dilakukan dengan cara membuat ringkasan data dan membuat kerangka dasar penyajian data.

Tahap kedua adalah penyajian data yaitu penyusunan sekumpulan informasi menjadi pernyataan yang memungkinkan penarikan kesimpulan. Data disajikan dalam bentuk teks naratif yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang dianalisis dalam bentuk komponen-komponen sebagaimana yang ditentukan dalam penelitian.

Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan berdasarkan reduksi dan penyajian data yang telah dilakukan. Penarikan kesimpulan dari data hasil reduksi dan penyajiannya disesuaikan dengan pertanyaan penelitian dan tujuan dari penelitian ini.

HASIL PENELITIAN

Transaksi Seksual Online

Gambar 1 memperlihatkan Account Facebook sebagai sarana mempromosikan diri. Pemanfaatan facebook untuk transaksi seks, atau paling tidak mempromosikan diri para PSK, sesungguhnya bukan hal baru. Sudah sejak lama beberapa foto PSK seperti berasal dari lokalisasi

Dolly di Surabaya, Jawa Timur, menghuni dunia maya. Bahkan lewat fasilitas chatting, info yang beredar di mailing list mengenai perempuan yang “bisa dipakai” maupun situs-situs kencan, transaksi “esek-esek” bisa terjadi.

Industri perdagangan seks perlahan-lahan telah berpindah dari jalanan ke wilayah cyber. Kepopuleran Facebook juga membuat transaksi seks di internet makin sukses. Bermula dari sini, budaya sebagai pseudo peristiwa dalam informasi, sebagai pseudo-objek yang ditampilkan dalam ragam visualisasi yang memikat, menjerat, membujuk, merayu, menggiring dihasilkan dengan mudah, seperti pengakuan responden dibawa ini:

“Facebook itu menurut saya adalah tempat kebebasan, didalamnya saya bebas melakukan apa saja, dan agar tampilan facebook saya akan sedikit menarik, saya misalnya meng-upload foto-foto saya yang agak narsis atau bahkan yang seksi. Itu akan langsung mengundang tanggapan dan reaksi orang-orang, jadi tidak perlu susah-susah kemana-mana atau susah-susah berdandan, cukup eksis di facebook aja.” (Ayu Lux-lux, 3 September 2011).

Lebih jauh lagi, informan merasa bahwa:

“Facebook itu sangat menolong dalam membujuk atau menggoda pelanggan baru, karena kondisinya yang sangat bebas dan cair, tidak perlu malu-malu atau takut, Cuma dalam tahapan berikutnya, tetap saya akan menggunakan hp untuk mempermudah komunikasi untuk melihat keseriusan pelanggan dalam bertransaksi.” (Ayu Lux-lux, 3 September 2011).

Kreativitas budaya visual yang terkombinasi dengan fasilitas keserbabebasan di dalam new media telah memandu seluruh isi sosial, sentimen dan moral individu menemukan bentuk-bentuk lain dalam cara-cara berekspresi. Hal-hal yang pada mulanya biasa-biasa saja, kini tampak menjadi sangat menarik dan memikat (*visual senses*), seperti tampak pada gambar 2. Kita hidup dalam alam hyper-realitas, sebuah alam yang penuh dengan citra dan simulasi

erotisme yang menjadikan kita selalu dalam keadaan penasaran. Penampakan tubuh yang menggoda akan menimbulkan rasa penasaran yang terus menerus menuntut pemuasan dan mesti segera direalisasikan, seperti tampak pada gambar 3.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa interaktivitas merupakan salah satu karakteristik penting media baru. Inilah mengapa kemudian media baru sering diidentikan sebagai media interaktif. Di dalam *new media* penelitian ini menemukan, para pekerja seks dengan mudah menjalin hubungan dengan siapa saja. Eksplorasi hasrat dan libido untuk tujuan membujuk dan merayu yang dilakukan oleh penyedia jasa seks di dalam new media telah menjadi faktor determinan dalam sebuah kegiatan dan aktivitas sosial virtual (*virtual social of activity*). Penampakan visual yang disajikan oleh penyedia jasa seksual di dalam new media selalu bergerak dan menampilkan beragam variasi, sampai pada suatu titik dimana segala bentuk kategori moral, tabu, aturan, larangan, didekonstruksi.

Di sinilah peran dari fantasi, imajinasi, secara tegas tunduk dan mengakui kecenderungan-kecenderungan transaksi secara visual dan simbolik. Obyek persepsi ialah apa saja yang hadir pada kesadaran, termasuk data indrawi, gambaran (*image*), ilusi, visi, ide, dan konsep. Persepsi dianggap pula sebagai organisasi dan interpretasi atas data indrawi kasar. Dengan kata lain, persepsi didasarkan pada pencerapan-pencerapan. Bahwa komunikasi visual mengandalkan pada mata yang berfungsi dan pada otak yang dapat memahami semua informasi sensori yang diterima. Ahli ilmu jiwa yang mendalami bidang persepsi menetapkan bahwa akan menemukan makna yang paling cocok dengan fakta atau kenyataan. Asas ini disebut hukum kesederhanaan (*law of simplicity*), dalam (Burke, 1967).

Prinsip dalam teori persepsi visual

memandang informasi visual atau bentuk menjadi suatu kesatuan dan keserasian untuk diinterpretasi khalayak tertentu adalah tugas yang kompleks dan memerlukan pengertian tentang struktur visual. Manusia dalam aktifitas sehari-hari banyak berhadapan dengan berbagai simbol dan metafor yang beragam kemungkinan interpretasi. Demikian pula dalam lingkungan hidup dan kerja juga terlihat sejumlah yang tidak terbatas pertanyaan-pertanyaan visual dan pesan-pesan dalam media cetak seperti periklanan, media elektronik seperti televisi dan internet, rambu-rambu dan media ruang luar seperti billboard (Yongky, 2006:)

Isyarat-isyarat visual tersebut memiliki makna yang menimbulkan bermacam-macam tanggapan dari pelihat. Struktur atau syntax yang digunakan untuk mengorganisasikan informasi visual serta pengalaman pengamat sebelumnya, semuanya berperan dalam menentukan tanggapan pengamat. Jadi prinsip visual organisasi dapat dipakai untuk mengatur atau menciptakan figur-figur dan bentuk-bentuk yang bermakna (Yongky, 2006).

Karena hasrat selalu menuntut bentuk pelepasan dan pemenuhan kepuasan dengan cara-cara yang baru, maka setiap kesan visual berupa tindakan, gestur, kejadian, mengindikasi isyarat yang mengkonfirmasi keterlibatan setiap orang secara psikologis dalam setiap tindakan yang diproduksi. Di dalam new media, hasrat tidak memiliki lagi pembatas karena segala pembatas itu telah diruntuhkan oleh prinsip new media itu sendiri, bahkan new media itu sendirilah yang telah memproduksi segala macam objek yang dapat memicu dorongan seksual. Mekanisme produksi visual objek-objek porno para pengguna facebook dilakukan melalui model pelipat gandaan.

Pada tahapan ini secara psikologis, telah terjadi mekanisme transaksi ketidaksadaran (*unconscious*) oleh para pengguna facebook. Artinya, secara tidak sadar para penyedia jasa seksual telah mampu membujuk dan mengajak

para pengguna facebook bertransaksi secara psikologis, dimana segala kecenderungan dan hasrat mereka telah mengisi, mempengaruhi, dan mendorong libido seksual untuk menemukan tahapan pelepasannya.

Pertama, *voyeurism*, yakni kegiatan melihat tubuh atau citra tubuh (*image*) yang mengarah pada tercapainya apa yang disebut Murvey sebagai kesenangan psikologis yang tercipta dari kesenangan melihat sesuatu yang visual (*visual pleasure*), (Murvey dalam Piliang, 2004). Tergiringnya psikologis pelanggan yang lebih jauh dapat menimbulkan rangsangan seksual yang bisa bangkit setiap saat dan mendorong pada pemuasan dan pelepasan disebabkan dalam dirinya terdapat berbagai fantasi seksual yang berkembang bersamaan dengan kondisi psikologis pada proses melihat-lihat itu sendiri.

Kedua, *interactive-voyeurism*, yaitu melihat tampilan visual gambar-gambar erotis pekerja seks sambil melakukan interaksi (*intercourse*). Prinsip dasar dari ketergantungan psikologis seorang pelanggan terhadap sebuah objek visual tertentu karena kemampuan new media memberikan pelanggan sebuah permainan peran (*role playing*) dan peluang keterlibatan lebih jauh dalam seluruh tahapan pengenalan, ketertarikan, pengutaraan keinginan-keinginan sampai pada transaksi.

Interaktivitas merupakan salah satu karakteristik penting media baru. Inilah mengapa kemudian media baru sering diidentifikasi sebagai media interaktif. Tingginya tingkat interaktivitas yang ditawarkan media baru tentunya memberikan berbagai kemudahan dan kemurahan bagi para pengguna untuk berkomunikasi secara interaktif dengan tanpa dihalangi jarak dan waktu. Interaktivitas yang ditawarkan media baru juga membawa dampak bagi para pengguna dari sisi psikologis dan sosial, baik dampak positif maupun dampak negatif.

Penggunaan tubuh dan representasi

tubuh sebagai komoditi didalam berbagai bentuk tampilan visual telah mengangkat berbagai persoalan relasi ekonomi dengan tubuh perempuan, yang dikendalikan sendiri oleh pemilik account, tidak lagi dieksploitasi oleh pemilik modal atau sistem kapital tertentu. Pekerja Seks Komersil dengan bebas dapat memanajemeni diri mereka sendiri dalam mencari hubungan antara tubuh mereka dengan pelanggan yang mendatangkan potensi ekonomis yang disepakati kedua belah pihak.

Sebagian besar responden menilai dirinya sebagai pribadi yang mudah bergaul dan mempunyai penampilan fisik yang menarik serta tidak menolak sebutan "Wedo", walaupun bernilai negatif di masyarakat. Aspek sosial berpengaruh terhadap perilaku permissi dalam interaksi antara laki-laki dan perempuan. Sebagian besar responden sebenarnya mempertimbangkan norma dan budaya masyarakat di dunia nyata, walaupun seakan-akan meraka kehilangan kendali ketika di dunia maya (Hassan, dkk, (2006).

Fungsi dan kedudukan tubuh yang telah menjadi "milik pribadi" dan merupakan "aset" yang menarik siapa saja untuk "berinvestasi" terhadapnya, sehingga sipemilik tubuh dengan sungguh-sungguh dan sistematis "meyakinkan tentang tubuhnya kepada orang lain" dengan berbagai cara (Baudrillard, 2004).

Akhirnya, dari proses panjang eksploitasi tubuh perempuan sebagai nilai eksponensial untuk industri hiburan yang kapitalistik, nilai tubuh pun secara perlahan-lahan bergeser, bukan lagi "daging", seperti dalam pandangan materialis, bukan lagi "kekuatan kerja" dalam logika masyarakat industri, melainkan sebagai pengagungan narsisme dan unsur ritual sosial terhadap kecantikan dan erotisme yang lebih otonom dan mandiri (Baudrillard, 2004). Keduanya tumbuh berkembang membentuk "etika baru" dan poros hubungan yang juga baru, dengan menggunakan "kendaraan" media baru.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis terhadap temuan-temuan lapangan, terlihat bahwa, pekerja seks menemukan new media sebagai pengganti pihak ketiga (Mucikari Visual), yang dengan mudah mampu menghubungkan mereka dengan pelanggan. Pekerja seks merasa aman melakukan aktifitas transaksi seksual dengan resiko sosial yang kecil. Para pekerja seks tanpa rasa malu-malu lagi menawarkan jasa mereka di dalam sebuah ruang (cyberspace) yang memang tidak lagi mengenal batas-batas tabu dan moral seperti jika mereka beroperasi di dunia sosial yang penuh dengan teror kultural dan struktural. Pekerja seks juga mampu menyembunyikan diri atau bermain peran dengan pewajahan ganda yang ditopang dengan berbagai kode, sandi, dan isyarat-isyarat khusus.

Dengan melihat fenomena yang muncul dalam new media mengenai penggunaannya sebagai alat transaksi seksual, peneliti merekomendasikan bahwa penggunaan new media sebagai alat transaksi seksual cenderung mengarah pada kecabulan dan keliaran mengikuti hukum keserba-bebasan new media, untuk itu diperlukan metode yang kompleks dalam menentukan secara pasti apakah sebuah account yang menawarkan jasa seksual benar-benar sungguh atau palsu. Untuk memastikan identitas account penyedia layanan jasa seksual yang cenderung kabur dan cenderung mendua, diperlukan juga pemeriksaan yang ketat agar dapat memastikan informasi seksual yang akurat. Dan sulitnya menentukan parameter transaksi seksual yang jujur karena identitas dan penampakan visual yang bergerak secara

bebas, diperlukan pengkategorian dan standar kepastian berupa indikator-indikator yang terukur agar memperoleh informasi yang tidak menipu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aukstakalnis, Steve dan Blatner, David, (1992). *Silicon Mirage: The Art and Science of Virtual Reality*, Peachpit Press, London.
- Baudrillard, Jean, (2004). *Masyarakatkonsumsi*. PenerbitKreasiWacana.Yogyakarta.
- Edmund, Burke, Feldman. 1967. *Art as Image and Idea*. New Jersey, Prentice Hall, Canada
- Hassan, Robert dan Tomas, Julian, (2006). *The New Media Theory Reader*, Open University Press | ISBN: 0335217109.
- J. F, Lyontard, (1993). *Libidinal Economy*, Athlone Press. New York.
- Littlejohn, Stephen, (2009). *Theories of Human Communication*, Salemba Humanika, Jakarta.
- Leary, Temothy, (1994). *Chaos and Cyber-culture*, Roning Publishing Inc.
- Hardt, Michel dan Anthony Negri, (2003). *Empire*, Cambridge, Harvard University Press.
- Piliang, Yasraf, (2004). *Post-Realitas; Realitas Kebudayaan dalam Era Post-Metafisika*, PenerbitJalasutra, Yogyakarta
- Yongky, Safanayong, (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta. Arte Intermedia\



Gambar 1: Account Facebook sebagai sarana mempromosikan diri.



Gambar 2: Ragamvisualisasi yang memikat



Gambar 3: TransaksiNyata